

Representasi Profesi Public Relations Pada Serial Tv Search:Www

Ashry Ayu Permatasari, M Husen Fahmi

Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
Ayuasri234@gmail.com

Abstract—Drama is a form of mass communication. Presented in a unique and interesting way that brings the audience into the story line, and not a few get carried away with emotion. As a form of mass communication, it is certainly present not only as entertaining and business only, but also conveys education and moral messages in each of the stories presented. Search drama: ww w is a very progressive drama showing how a woman is successful and skillful. Lead role as tammy bae, featuring ang has a simpler and chic style. He said the transaction would be carried out in accordance with the general policy. The purpose of this research is to find out how the image or mark portrayed by a director ora writer to reflect the strong character of a tammy as a public relations practitioner. In this case, the writer tried to convey that meaning through John fiske's approach. In which there are several levels which are performed to focus an image or mark displayed by tammy's figure. Which is the level of reality by taking signs through looks, behavior, dialogue. Then, for the level of representation, the author takes the art of filming, to reveal the underlying meaning of what the director is trying to convey. Then the third level of ideology level, the writer attempts to analyze the moral message to be presented in the drama. The findings found a mark that tammy's character is public relations with a good work ethic. In terms of reality, tammy displayed good eyesight, came out modern, and also had a good public speaking style, tammy's behavior was also very firm and responsive, and then tammy was very firm in moral as well as professional ethics. At the level of representation, the director often used medium shot and close up techniques, intended to show a sharp expression. The moral message to be conveyed in this drama is that a pr person must be able to be honest in any circumstances when it comes to his work, how much more must a pr person be able to control his emotions and hold on to his professional ethics.

Keywords—Representation, Semiotika, John Fiske, Public Relations, Etika Profesi

Abstract—Serial Drama merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Dikemas dengan dengan unik serta menarik sehingga membuat penonton masuk kedalam alur cerita yang disajikan, dan tidak sedikit penonton juga terbawa emosi. Sebagai bentuk komunikasi massa, tentu hadirnya bukan hanya sebagai menghibur dan bisnis saja, tetapi juga menyampaikan edukasi serta pesan moral dalam setiap cerita yang di perlihatkan. Drama Search:WWW merupakan drama yang sangat progresif memperlihatkan bagaimana sosok wanita yang sukses serta terampil. Pemeran utama sebagai Bae Tammy, Menampilkan sosok ang memiliki gaya lebih simple

dan chic. Bae tami yang disalahkan oleh perusahaan karena sudah melanggar Etika Public Relations, norma yang sudah dilanggar merusak Reputasi perusahaan karena sudah menjatuhkan para elite politik, karena tuduhannya itu dirinya kemudian memutuskan untuk mundur dari perusahaan lama nya karena merasa diperlakukan secara tidak adil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran atau tanda yang digambarkan oleh seorang sutradara ataupun penulis untuk menampilkan karakter yang kuat dari seorang Tammy sebagai seorang praktisi Public Relations. Dalam hal ini, penulis mencoba mengungkap makna tersebut lewat pendekatan John Fiske . yang mana ada beberapa level yang dilakukan untuk memfokuskan gambaran atau tanda yang ditampilkan oleh sosok tammy. Yaitu level realitas dengan mengambil tanda lewat penampilan, perilaku, dialog. Kemudian untuk level representasi penulis mengambil Teknik pengambilan gambar, untuk mengungkap makna tersirat dari apa yang hendak di sampaikan oleh sang sutradara. Kemudian level yang ketiga yaitu level ideologi, penulis berusaha menganalisis pesan moral apa yang hendak disampaikan dalam drama tersebut. Hasil yang di dapat dalam penelitian ini adalah ditemukannya tanda bahwa karakter tammy adalah seorang public relations yang memiliki etos kerja yang baik dalam bekerja. Dari segi realitas, tammy menampilkan grooming yang baik, tampil dengan modern, dan juga memiliki gaya public speaking yang baik, perilaku tammy juga sangat tegas dan tanggap, kemudian tammy sangat memegang teguh prinsip prinsip moral dan juga etika profesi. Pada level representasi, sutradara kerap kali menggunakan Teknik Medium Shot dan Close up, dimaksudkan untuk memperlihatkan ekspresi yang tajam. Pesan moral yang ingin disampaikan dalam drama ini adalah seorang PR harus mampu berbuat jujur dalam keadaan apapun jika itu menyangkut aktivitas nya dalam bekerja, terlebih seorang PR harus mampu mengontrol emosi serta memegang teguh etika profesi yang dianutnya.

Kata Kunci—Representasi, Semiotika, Jhon Fiske, Humas, Etika Profesi

I. PENDAHULUAN

Profesi humas di Indonesia masih tergolong baru, dan banyak kendala yang dapat memperlambat perkembangannya sebagai suatu profesi yang mengekspresikan profesionalisme para praktisinya. Salah satu kendala tersebut adalah pemahaman yang kurang benar terhadap konsep humas. Salah satu penyebabnya sebagian besar warga masyarakat, termasuk komunitas

bisnis, masih cenderung menginterpretasikan dan mempraktekkan humas sebatas apa yang ‘dilihat dan didengar’ dan bukan berdasarkan apa yang ‘dipelajari, dialami, dan ditekuninya’. Di samping itu, ada pula kesan melecehkan bahwa praktisi Public Relations tidak perlu bekerja keras, yang penting bisa sedikit berbahasa Inggris, cantik, seksi, ramah, luwes bergaul, dan bereslah semua persyaratan untuk menekuni profesi tersebut. Kesalahpahaman persepsi terhadap profesi ini kemudian semakin melembaga dengan kenyataan bahwa para praktisi Public Relations dalam kiprahnya memang lebih banyak menangani kegiatan atau penugasan yang lebih bersifat *Public Relations-Like activities* atau *Public Relations Technician*, dan para praktisi Public Relations sendiri ternyata cenderung berperan tidak lebih dari sekadar *Technical services provider*. Film adalah gambar yang bergerak. Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia (Ardiyanto, 2007:43). Sebuah film akan membentuk sebuah tanda dan juga pesan yang dikonstruksi sedemikian rupa sesuai dengan realitas yang ditemui dimasyarakat. Karena dari situ, peran media sangat kuat dalam merekonstruksi pesan moral yang ingin disampaikan kepada audience, bahwasanya sosok karakter dalam sebuah film tentulah memiliki arti, makna, kekuatan film dan juga perwakilan dari pada profesi/pekerjaan yang dimainkan. Memahami representasi sebagai konsep yang menunjuk pada bagaimana seseorang atau sekelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan pada pemberitaan (Eriyanto, 2001:113). Industri seni seperti film, drama TV dan musik K-Pop menjadikan bisnis kreatif ini menyumbang banyak pendapatan Negara. Terlepas dari Visual yang ditampilkan namun juga Alur/Genre cerita yang di ceritakan seringkali menarik perhatian para penontonnya. Dan salah

satu drama 2019 yang progresif membahas wanita karir adalah *Search :WWW. Lalu Bagaimana Representasi Profesi Public Relations dalam Serial TV Search WWW*”, maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui :

1. Bagaimana Level Realitas sebagai bentuk penampilan, perilaku dan ucapan dalam karakter Public Relations Officer di Serial TV *Search WWW*
2. Untuk mengetahui Bagaimana Level Representasi dalam gambar atau symbol yang menjadi makna dalam karakter Public Relations Officer Serial TV *Search WWW*
3. Untuk mengetahui Level Ideologi sebagai bentuk pesan dalam karakter Public Relations officer dalam Serial TV *Search WWW*

II. LANDASAN TEORI

Komunikasi Massa di artikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Perkataan “dapat” dalam definisi ini menekankan pengertian bahwa jumlah sebenarnya

menerima komunikasi massa pada saat tertentu tidaklah esensial. *Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*”. Yang artinya komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Bittner (1980:10) Komunikasi Massa umumnya merupakan proses yang direncanakan dan bertujuan lebih formal daripada Komunikasi tatap muka. Komunikasi massa merupakan penyampaian ide-ide atau gagasan yang telah dikemas sedemikian rupa dari sumber kepada penerima. Teori McLuhan, disebut teori perpanjangan alat indra (*Sense extension theory*), menyatakan bahwa media adalah perluasan dari alat indra manusia, telephone adalah perpanjangan telinga dan televise adalah perpanjangan mata. (Jalaluddin, 2016:217) Begitu pula manusia yang menggunakan media massa. Drama televisi Korea (*K-drama*) memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima oleh khalayak karena banyak dari mereka yang sengaja menyisihkan waktu dari kegiatannya untuk menonton setiap episode yang ditayangkan secara reguler. Media Televisi telah menyampaikan ide atau pesan yang harus dikemas dalam bentuk hiburan. Apakah itu mengenai berita, sains, agama ataupun pendidikan jika disiarkan melalui televisi, semuanya itu mau tak mau harus mengikuti pola-pola hiburan (Onong 2002:120). Profesi dapat diartikan sebagai pekerjaan yang dilakukan sebagai nafkah hidup dengan mengandalkan keahlian dan keterampilan nilai yang tinggi dengan melibatkan komitmen pribadi (Moral) yang mendalam. Adapun Kriteria Profesi (Prihanto, 2018:63) dalam Ruslan, 2001 :

1. Adanya keahlian atau keterampilan (skill) khusus (spesifik)
2. Profesi menuntut adanya konsekuensi atau komitmen moral yang tinggi.
3. Menjadi mata pencaharian
4. Adanya jiwa social serta loyalitas untuk mengabdikan kepada masyarakat. Memiliki izin khusus

Peranan Public Relations dalam sebuah perusahaan pun berbagai, namun menurut Rosady Ruslan (2002 :10), peran PR pada intinya ada sebagai :

1. *Communicator* atau penghubung antara organisasi
2. Membina hubungan (*relationship*), yaitu berupaya membina hubungan yang
3. *Back Up Management*
4. *Membentuk Corporate Image*

Menurut Kriyantono, Public Relations memiliki fungsi sebagai jembatan antara organisasi dan publiknya baik public internal maupun eksternal. Agar fungsi ini berjalan efektif, maka Praktisi Public Relations harus memiliki kemampuan berkomunikasi dan menjalin hubungan baik dengan public. Di dalam bukunya *The Social Construction of Reality*, Peter L. Berger dan Thomas Luckman (1967), aktor utama dalam teori ini mengatakan bahwa realitas dikonstruksi secara social ketika seseorang atau kelompok berinteraksi bersama dalam suatu system social. Di dalam interaksi social, individu secara aktif dan secara subjektif akan menciptakan suatu realitas. Etika ialah ilmu yang

mempelajari segala soal kebaikan dan keburukan di dalam hidup manusia semuanya, teristimewa yang mengenai gerak-gerik pikiran dan rasa yang dapat merupakan pertimbangan dan perasaan, sampai mengenai tujuan yang dapat merupakan perbuatan. Etika adalah ilmu pengetahuan normative yang praktis mengenai “kelakuan benar dan tidak benar” manusia dan dapat dimengerti oleh akal murni (Rosady Ruslan, 2001:32).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Serial TV yang berfokus soal progresif portal web, dan menjadi satu-satunya drama pada tahun 2019 yang membahas mengenai wanita karir yang bekerja pada perusahaan portal web terkenal. Ditonton dengan menyediakan subtitle Indonesia. Im Soo Jung sebagai Pemeran utama yang berperan sebagai Bae Tammy, seorang wanita karir berumur 30'an dan sukses sebagai seorang Public Relations / Humas sehingga menjadikan dirinya sempat diangkat menjadi seorang wakil direktur. Pesan yang ingin disampaikan dalam bagian ini adalah mengenai level realitas mencakup beberapa kode yaitu, penampilan, Perilaku dan dialog. Salah satu alasan meneliti drama ini adalah karena setting tempat yang digunakan dalam drama ini adalah bagaimana realitas sebuah perusahaan portal web internet yang sangat eksis di Korea Selatan. Maka beberapa adegan yang dapat disimpulkan terkait kode yang diambil, uraian tersebut ialah sebagai berikut: Penampilan merupakan salah satu atribut individu yang memiliki makna dan menunjukkan representasi dari diri seseorang. Citra diri yang baik serta di segani banyak pihak baik internal maupun eksternal, *Maintain Good Communication*, yaitu menjaga komunikasi yang baik serta santun, aktivitas komunikasi penting bagi praktisi PR dalam melaksanakan peran dan fungsinya dalam menciptakan citra baik bagi dirinya (*Good Performance Image*) sebagai penyandang dan citra baik bagi suatu Lembaga (*Good Corporate Image*). selanjutnya adalah tammy sosok yang berintegritas, serta konseptor yang handal. Namun, pembentukan realitas yang di konstruksikan oleh media khususnya drama ini adalah, bagaimana seorang Public Relations harus menyampaikan dengan jelas tanpa keragu-raguan bahwa portal web harus sangat progresif dan juga kreatif, tidak sedikitpun goyah dalam menanggapi berbagai persoalan yang harus dihadapinya dalam rangka mengutamakan kenyamanan para pengguna nya, karena keberadaan portal yang diyakini akan mampu memberikan dampak positif, harus senantiasa berkembang dan juga berkelanjutan menuju kearah yang lebih baik.

Ucapan serta dialog yang disajikan juga menggambarkan bagaimana aktivitas PR itu berlangsung. drama ini sangat konsisten dan juga penataan secara lebih jelas, ketepatan dalam Teknik yang diambil juga sangat sesuai dengan keadaan ataupun realitas yang ingin di konstruksikan dalam adegan nya. Banyak adegan yang di ambil dengan Teknik *medium shot*, *close up*, dan juga *group shot*. Karakteristik Novel dan drama, bangunan besar,

gambar-gambar kompleks dan makna mereka, dan melambangkan konsep, prinsip, dan ide-ide besar filsafat dan agama. Symbol-simbol tersebut tidak bernilai atau diartikan seperti biasa lagi hingga mereka dilambangkan, dibuat ulang, dan diilhami dengan makna. Level ideologi yang dapat harus berani mengambil sikap jika dihadapkan dengan pilihan yang sulit antara kekuasaan atau masyarakat. Seorang PR Harus mampu meyakinkan manajemen dan pimpinan untuk berfokus pada kepentingan umum, semua profesi harus berpegang teguh pada kode etik profesinya. Tidak keluar dari koridornya.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Profesi Public Relations pada Level Realitas, Pada level ini, karakter Public Relations yang tergambar oleh Bae Tammy peneliti menemukan tanda baik dari komunikasi verbal maupun nonverbal, maka ditemukan beberapa penggambaran yang ditampilkan oleh tammy yaitu, memiliki *Good Performance*, *Good Looking*, *Maintain Good Communication*, *confidence*, *komunikatif*, *berwibawa*, *Cooperativeness*, serta memiliki *ethos komunikator*.
2. Level Representasi, Teknik yang digunakan dalam drama ini adalah *Medium Shot*, *Close up*, *Long shot*, *Big Close Up*, *Two Shot*, dan *Eye Level View*. Peneliti menganggap bahwa pada Teknik yang digunakan, sosok tammy memperlihatkan bagaimana ekspresi dan mimik wajah yang jelas pada berbagai situasi dan juga kondisi. dan penempatan pengambilan *scene* dengan Teknik nya sangat cocok dan pas.
3. Level Ideologi, makna pesan yang ingin disampaikan kepada penonton dari drama ini adalah seorang PR Profesional, harus memiliki sikap jujur apapun keadaannya, memegang prinsip moral dalam bertindak, taat dan patuh kepada kode etik profesi yang sudah disepakati, tidak boleh Individualis karena tugas dan fungsinya adalah membangun relasi dan menjaga komunikasi dengan publiknya, mampu menghargai martabat semua orang terlebih public internal agar membuat dirinya nyaman pada saat bekerja, seorang PR dengan *Gender* wanita juga tidak hanya diartikan sebagai seseorang yang bermodal penampilan saja (*Good Looking*) tetapi juga memiliki *skill* dan juga etos kerja yang baik.

V. SARAN

1. Diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan penelitian kualitatif studi semiotika khususnya, dan memperluas kajian Komunikasi maupun Public Relations dalam analisis Video, Film,

ataupun Serial TV. Juga, penelitian mengenai media massa lainnya, namun dalam Perspektif Public Relations. Sehingga menghasilkan pemaknaan makna yang lebih luas bagi Analisa kritis terhadap media massa lainnya.

2. Diharapkan peneliti lain akan dapat meneliti dengan pendekatan yang serupa namun dengan subjek yang lebih unik dan memiliki etika moral yang lebih ditonjolkan, agar hasil dari penelitiannya dapat menghasilkan kebermanfaatan.
3. Seorang Profesi PR harus pandai dalam manajemen emosi

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rosady Ruslan (2001). *Etika Kehumasan konsepsi dan aplikasi*. Jakarta:Raja Grafindo Persada
- [2] Ardianto,Elvinaro(2007) *Komunikasi Massa suatu pengantar*. Bandung:Simbiosis Rekatama Media
- [3] Jalaludin Rakmat (2016). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- [4] Eriyanto (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis teks*. Yogyakarta:PT.LKis Pelangi Aksara
- [5] Rachmat Kriyantono (2017). *Teori-Teori Public Relations perspektif barat & Lokal: aplikasi penelitian dan praktik*. Jakarta : Kencana Prenamedia Group